

Inhalt

1. Herausforderungen in der Musikindustrie	1
<i>Michel Clement und Oliver Schusser</i>	
2. Ökonomische Analyse der Musikindustrie	13
Marktübersicht und Marktentwicklung der Musikindustrie	15
<i>Ulrike Altig und Michel Clement</i>	
Wettbewerbsanalyse	25
<i>Niko Steinkrauß</i>	
Netzeffekte und Lebenszyklus von Musik	41
<i>Michel Clement und Sönke Albers</i>	
Copyrights und Lizenzmanagement	55
<i>Stefan Ventroni</i>	
Wirtschaftlichkeit in der Musikindustrie	73
<i>Hubert Jakob</i>	
3. Management von Musik	81
Management der Wertschöpfungskette	83
<i>Frank Briegmann und Hubert Jakob</i>	
Managing Artists and Repertoire (A&R)	95
<i>Marcel Engh</i>	
Managing Recording und Production	113
<i>Ansgar Künne und Andreas Torkler</i>	
Managing Marketing und Sales	131
<i>Niel van Hoff und Carl Mahlmann</i>	
Managing Vertrieb	157
<i>Mirko Caspar und Peter Mucha</i>	
Bedeutung des Fernsehens für die Musikindustrie: „Pop Idol“	173
<i>Thomas M. Stein, Marcel Engh und Hubert Jakob</i>	

4. Neue Technologien im Musikbereich	185
Einfluss neuer Technologien auf die Wertschöpfungskette in der Musikindustrie	187
<i>Tim van Dyk</i>	
Peer-to-Peer-Netzwerke und die Generation Napster	201
<i>Jan U. Becker, Michel Clement und Oliver Schusser</i>	
Digital Rights Management	215
<i>Willms Buhse und Dirk Günnewig</i>	
Mobile Music	229
<i>Jan Geißler</i>	
5. Autoren	243